Premières clés d'entrée… au Japon, aux Etats-Unis et en Allemagne

Laurent Goulvestre

Histoire, organisation sociale, rapport au temps, religion, géographie, climat, gastronomie, ces fondamentaux bâtissent les piliers culturels qui définissent les gestes et les codes d'une société. A la lumière de son expérience, Laurent Goulvestre nous propose "Les clés du comportement à l'international", un mode d'emploi à connaître pour pouvoir l'adapter à chaque situation et interlocuteur. Morceaux choisis.

Au Japon : intégrer la notion de « face »

« Dans l'organisation sociale des Japonais, basée sur l'harmonie, la notion de "face" reste très importante. Le "Non" est rarement employé dans les échanges verbaux puisqu'il exprime soit une incapacité à satisfaire une demande (Haji), soit une opposition d'engagement dans une action. Dans certains cas, le fait même de refuser peut être considéré comme une forme d'humiliation insoutenable et c'est la pire des choses qui puisse arriver à un Japonais. Il ne faut donc pas être surpris si les interlocuteurs japonais ont une tendance à ne jamais dire "Non", mais plutôt "oui, je vous ai compris" »

Pour réussir avec les Américains, mieux vaut être structuré et préparé…

« Présenter l'objectif de la rencontre, les bénéfices directs du suivi du cheminement proposé, le temps de la présentation avec les quelques démonstrations prévues, la validation de ce qui vient d'être dit en leur demandant tout simplement s'ils sont d'accord pour procéder ainsi.(…)

Essayer d'aller tout de suite à l'essentiel avec des chiffres et des exemples concrets. Ne vous lancez pas dans un historique complet de l'entreprise, ce serait une perte de temps. (…) Poussez vos arguments vers ce que vous allez pourvoir faire gagner à vos partenaires. Ils vous écoutent parce que vous êtes, peut-être, potentiellement un gain d'argent pour eux et qu'ici, toujours et encore, « time is money ».

En Allemagne : du professionnalisme dans le fond et dans la forme

« Avec les Allemands, entrez dans le vif du sujet. Présentez un ordre du jour, les différentes phases et les objectifs qui devront être atteints à la fin de la rencontre. Faites des phrases courtes et précises. Le projet n'a de sens qu'une fois abouti ! Prévoyez une documentation technique professionnelle avec une description complète des produits ainsi qu'une étude de la concurrence allemande si possible. Montrez les points différenciateurs, expliquer la qualité de votre SAV, la garantie. Apportez des tests quantifiés avec des résultats probants. Prouvez vos arguments par une liste de clients satisfaits (et pourquoi pas avec des numéros de téléphone). Un Allemand achètera toujours plus à une entreprise qu'à un homme car c'est le produit avec sa technologie qui prime et non la relation affective.»

Les clés du comportement à l'international !
Le monde se globalise : produits, services et cultures se mélangent et se nourrissent. La mondialisation des affaires a fait « sauter » les verrous… Mais sommes-nous vraiment bien préparés ? Lorsqu'un homme d'affaires échoue lors d'une négociation avec un partenaire étranger, quel est le vrai motif ? Un obstacle technique ? Une question de prix ? Un problème de comportement ?
Fort d'une immersion de plusieurs années dans chaque pays – Japon, Chine, Etats-Unis, Inde, Royaume-Uni, Allemagne, Russie- l'auteur, Laurent Goulvestre, nous livre les règles et modes d'emploi d'un comportement adapté, clé de la confiance et donc d'une transaction réussie !
Editeur : Afnor, 345 p. A commander dans toutes les librairies ou sur le site : www.boutique.afnor.org